

# Pengaruh Event Cosplay Terhadap Citra Komunitas Becosplay Anime Pada Pengunjung Di Bencoolen Indah Mall Bengkulu

Parhan Juannata Kipli<sup>1)</sup>; Sapta Sari<sup>2)</sup>; Vethy Octaviani<sup>3)</sup>

<sup>123)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu

Email; [parhan.jk21100100@gmail.com](mailto:parhan.jk21100100@gmail.com)

## ARTICLE HISTORY

Received [21 November 2025]

Revised [28 Januari 2026]

Accepted [30 Januari 2026]

## KEYWORDS

Event, Cosplay, Image, Community, Culture.

This is an open access

article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh event cosplay terhadap citra Komunitas Becosplay Anime pada pengunjung Bencoolen Indah Mall Bengkulu. Cosplay tidak hanya dilihat sebagai hobi, tetapi juga sebagai sarana kreativitas, ekspresi diri, dan promosi budaya populer Jepang. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan survei terhadap 96 responden melalui accidental sampling dan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dokumentasi. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang membuktikan adanya pengaruh signifikan antara event cosplay dan citra komunitas. Dimensi Stimulus pada variabel event cosplay menjadi yang tertinggi, sementara dimensi Response paling rendah. Pada variabel citra komunitas, dimensi Kredibilitas menjadi yang paling dominan, sedangkan Emosional paling rendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi pengunjung sangat dipengaruhi oleh stimulus acara dan kredibilitas komunitas, namun perlu penguatan pada aspek respon peserta dan kedekatan emosional terhadap komunitas.

## ABSTRACT

This study analyzes the influence of cosplay events on the image of the Becosplay Anime Community among visitors of Bencoolen Indah Mall, Bengkulu. Cosplay is not only viewed as a hobby but also as a form of creativity, self-expression, and a medium for promoting Japanese popular culture. This research uses a quantitative method with a survey distributed to 96 respondents selected through accidental and purposive sampling. Data were collected through questionnaires and documentation. The analysis employed validity and reliability tests, simple linear regression, t-tests, and the coefficient of determination ( $R^2$ ) using SPSS 26. The results show a significance value of  $0.000 < 0.05$ , indicating a significant influence of cosplay events on community image. The Stimulus dimension in the event variable scored the highest, while the Response dimension scored the lowest. In the community image variable, Credibility emerged as the most dominant dimension, while Emotional scored the lowest. These findings suggest that visitors' perceptions are strongly shaped by event stimuli and community credibility, though improvements are needed in participant response and emotional engagement with the community.

## PENDAHULUAN

Fenomena cosplay sebagai bagian dari budaya populer global mengalami perkembangan pesat di berbagai kota di Indonesia, termasuk Bengkulu. Cosplay, yang berasal dari penggabungan kata "costume" dan "play", pada mulanya berkembang di Jepang sebagai sebuah bentuk ekspresi seni dan kreativitas yang merepresentasikan karakter anime, manga, atau video gim. Seiring masuknya budaya populer Jepang melalui media digital dan komunitas daring, cosplay berubah menjadi aktivitas yang dinikmati oleh kalangan muda sebagai wadah identitas, hiburan, dan sarana interaksi sosial. Aktivitas cosplay tidak hanya berkaitan dengan penggunaan kostum, tetapi juga menjadi ruang pertemuan bagi individu yang memiliki minat serupa, sejalan dengan pendapat Rahman (2019) bahwa cosplay adalah aktivitas ekspresif yang melibatkan identitas diri, komunitas, serta pengetahuan mendalam terhadap budaya pop. Melalui semakin mudahnya akses terhadap informasi dan media sosial, komunitas cosplay bermunculan di berbagai daerah, termasuk Komunitas Becosplay Anime di Bengkulu yang aktif berkegiatan di ruang publik seperti Bencoolen Indah Mall (BIM).

Namun perkembangan cosplay tidak sepenuhnya terbebas dari hambatan. Beberapa penelitian sebelumnya, seperti Muzdaliva et al. (2021), menunjukkan bahwa cosplayer kerap menghadapi stigma sosial yang berkaitan dengan stereotip gender, penyimpangan perilaku, serta ketidaksesuaian dengan norma budaya lokal. Stigma ini muncul akibat minimnya pengetahuan masyarakat serta bias budaya terhadap hal yang dianggap berbeda. Di sejumlah kota besar, komentar-komentar negatif terhadap cosplayer banyak ditemukan di media sosial seperti TikTok dan Instagram, sehingga memperkuat persepsi bahwa aktivitas ini tidak sepenuhnya diterima masyarakat luas. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa citra komunitas cosplay sangat dipengaruhi oleh pengalaman publik, representasi media, serta interaksi langsung di ruang publik.

Menariknya, berdasarkan observasi awal peneliti terhadap akun Instagram @cosplay\_bengkulu, komentar negatif hampir tidak ditemukan. Absennya komentar negatif ini dapat diinterpretasikan ke

dalam dua kemungkinan: pertama, komunitas Becosplay memang berhasil membangun citra positif di mata publik; atau kedua, publik Bengkulu cenderung tidak mengekspresikan pendapat negatif secara terbuka. Diamnya publik bukan berarti tidak adanya persepsi negatif, melainkan bisa menjadi tanda apatisme, ketidakpedulian, atau rendahnya pemahaman mengenai budaya cosplay. Pertanyaan mengenai bagaimana persepsi pengunjung terhadap komunitas Becosplay ketika event diselenggarakan menjadi penting untuk dianalisis, terutama karena citra komunitas dapat memengaruhi keberlangsungan aktivitas dan penerimaan publik.

Event cosplay sebagai salah satu bentuk kegiatan publik memberikan kesempatan bagi komunitas untuk memperkenalkan nilai, identitas, serta profesionalisme mereka. Menurut Kurniawan (2020), event merupakan sarana efektif untuk membangun interaksi dan menyampaikan citra organisasi kepada khalayak. Hal ini selaras dengan teori *Public Relations* oleh Cutlip, Center, dan Broom (2012) yang menyatakan bahwa citra sebuah organisasi dibentuk melalui pengalaman publik ketika berinteraksi dengan aktivitas eksternal organisasi tersebut. Pada konteks penelitian ini, event cosplay menjadi stimulus komunikasi yang dapat membentuk persepsi pengunjung terhadap Komunitas Becosplay. Penyelenggaraan event di ruang publik seperti Bencoolen Indah Mall memungkinkan adanya interaksi langsung antara komunitas dan pengunjung, sehingga memunculkan penilaian terkait kreativitas, profesionalisme, keaktifan, dan nilai-nilai yang dihadirkan oleh komunitas.

Untuk memahami hubungan antara event cosplay dan citra komunitas, penelitian ini menggunakan teori *Stimulus-Organism-Response (S-O-R)* dan *Corporate Image Theory*. Teori S-O-R menjelaskan bahwa stimulus dari luar dalam hal ini event cosplay akan memengaruhi kondisi internal individu (organism) dan menghasilkan respons berupa persepsi atau sikap. Event cosplay sebagai stimulus menghadirkan elemen visual, suasana, aktivitas, dan interaksi yang dapat memengaruhi pengalaman kognitif maupun afektif pengunjung. Selanjutnya teori Citra Korporat digunakan untuk menganalisis bagaimana kesan umum, kredibilitas, emosi, dan keterlibatan publik dalam event tersebut berkontribusi pada pembentukan citra komunitas Becosplay. Kedua teori ini memberikan kerangka konseptual yang komprehensif untuk menilai bagaimana event berpengaruh terhadap persepsi publik.

Rumusan masalah yang muncul dari latar belakang tersebut adalah bagaimana pengaruh event cosplay terhadap citra komunitas Becosplay Anime pada pengunjung di Bencoolen Indah Mall Bengkulu. Penelitian ini berupaya menjawab apakah event tersebut mampu menciptakan pengalaman positif, memperkuat kredibilitas komunitas, meningkatkan ikatan emosional, serta mendorong keterlibatan publik. Dengan memahami pengaruh tersebut, dapat dievaluasi efektivitas event dalam membangun citra positif di mata anak muda maupun masyarakat umum.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana event cosplay memengaruhi citra komunitas Becosplay Anime pada pengunjung Bencoolen Indah Mall Bengkulu. Penelitian ini juga bertujuan memberikan pemahaman empiris mengenai hubungan antara pengalaman menghadiri event dan pembentukan citra komunitas dalam konteks budaya populer. Selain itu penelitian ini dapat menjadi acuan bagi komunitas atau organisasi serupa dalam merancang event yang lebih efektif, interaktif, dan bernilai strategis dalam membangun citra positif di masyarakat.

Penelitian ini memiliki dua manfaat besar. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur dalam kajian komunikasi, khususnya terkait event komunitas dan pembentukan citra dalam ranah Public Relations. Hasilnya dapat menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswa, peneliti, maupun akademisi yang tertarik dengan studi budaya populer, komunikasi komunitas, dan komunikasi event. Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan langsung kepada Komunitas Becosplay mengenai strategi komunikasi yang efektif dalam penyelenggaraan event. Rekomendasi ini dapat digunakan untuk meningkatkan profesionalisme, kualitas kegiatan, serta memperkuat hubungan emosional dan keterlibatan publik dalam event yang akan datang.

Untuk menjaga fokus penelitian, batasan penelitian ditetapkan hanya pada pengaruh event cosplay terhadap citra komunitas Becosplay berdasarkan persepsi pengunjung event di Bencoolen Indah Mall. Penelitian tidak menganalisis aspek internal komunitas, motivasi pribadi cosplayer, atau penilaian dari masyarakat yang tidak hadir dalam event. Dengan batasan tersebut, penelitian ini secara spesifik menilai bagaimana pengalaman langsung pengunjung membentuk citra suatu komunitas budaya populer di ruang publik.

Melalui analisis mendalam mengenai hubungan antara event cosplay dan citra komunitas, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran utuh mengenai dinamika penerimaan budaya populer di Bengkulu serta strategi yang dapat digunakan komunitas untuk memperkuat posisi dan identitasnya dalam masyarakat.

## LANDASAN TEORI

### Teori Event

Event merupakan kegiatan yang dirancang oleh organisasi atau komunitas untuk menarik perhatian publik dan menciptakan pengalaman tertentu. Kennedy (2009) menjelaskan bahwa event tidak sekadar kegiatan hiburan, tetapi merupakan bentuk komunikasi strategis untuk memberikan informasi atau membangun hubungan dengan audiens. Noor (2009) membagi event ke dalam berbagai kategori seperti *special event*, *leisure event*, *cultural event*, dan *organizational event*. Pada penelitian ini, event cosplay termasuk dalam *cultural event* karena merepresentasikan budaya populer Jepang. Event memiliki tujuan memberikan hiburan, pengalaman, dan keterlibatan emosional, serta memiliki dampak sosial, budaya, bahkan politik bagi komunitas maupun masyarakat. Oleh karena itu, pemahaman mengenai teori event penting untuk melihat bagaimana suatu kegiatan publik mampu membentuk persepsi terhadap komunitas penyelenggara.

### Teori Cosplay dan Komunitas Cosplay

Cosplay atau *costume play* merupakan seni pertunjukan di mana individu mengenakan kostum untuk melambangkan karakter tertentu dari anime, manga, atau permainan video. Widiatmoko (2013) menjelaskan bahwa cosplay adalah bentuk seni performatif yang memadukan kreativitas, karakterisasi, dan ekspresi diri. Rahman, Wing-sun, dan Cheung (2012) menekankan bahwa cosplay bukan sekadar hobi, tetapi juga ruang untuk membangun identitas sosial. Dari praktik ini kemudian lahir komunitas cosplay, yaitu kelompok yang dihuni individu-individu dengan minat sama, seperti komunitas Becosplay Anime Bengkulu. Komunitas ini menjadi wadah berbagi pengalaman, meningkatkan kemampuan kreatif, hingga menampilkan karya melalui event publik. Pemahaman mengenai komunitas cosplay relevan karena event yang diselenggarakan merupakan medium utama dalam membangun citra komunitas tersebut di mata publik.

### Teori Citra Komunitas

Teori citra atau *corporate image* menurut Kotler dan Keller (2016) adalah seperangkat keyakinan, kesan, dan interpretasi individu terhadap sebuah organisasi. Kennedy (1977) menyebut bahwa citra terbentuk melalui pengalaman langsung maupun tidak langsung dari publik terhadap aktivitas sebuah komunitas. Corporate Image Theory memuat empat unsur utama: kesan umum, kredibilitas, emosional, dan keterlibatan publik, yang semuanya digunakan dalam penelitian ini. Dalam konteks komunitas Becosplay, citra menjadi indikator bagaimana pengunjung menilai profesionalisme, konsistensi, keterbukaan, serta kualitas pengalaman yang mereka rasakan selama event. Citra yang baik dapat meningkatkan penerimaan publik dan memperkuat posisi komunitas dalam ruang budaya populer.

### Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R)

Teori S-O-R diperkenalkan oleh Hovland (1953) dan menjelaskan bahwa respons seseorang muncul sebagai akibat dari stimulus yang diterimanya. Stimulus (S) adalah rangsangan eksternal dalam bentuk pesan, visual, suasana, atau aktivitas tertentu. Organism (O) adalah kondisi internal individu berupa persepsi, perasaan, dan interpretasi. Response (R) adalah reaksi atau sikap yang muncul setelah stimulus diproses. Dalam penelitian ini, event cosplay berfungsi sebagai stimulus yang mempengaruhi proses kognitif dan afektif pengunjung (organism), kemudian menghasilkan respons berupa citra atau penilaian mereka terhadap komunitas Becosplay. Teori ini menjadi fondasi untuk menjelaskan bagaimana pengalaman menghadiri event bisa membentuk persepsi publik secara langsung.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variabel event cosplay (X) dan citra komunitas Becosplay (Y). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini membutuhkan data berupa angka yang diperoleh dari kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis. Metode ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang objektif, terukur, dan dapat digeneralisasikan terhadap populasi yang lebih luas. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survei, yaitu penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu pernyataan mengenai event cosplay sebagai stimulus dan pernyataan mengenai citra komunitas. Penggunaan survei

memungkinkan peneliti memperoleh data primer secara langsung dari pengunjung yang menghadiri event cosplay di Bencoolen Indah Mall Bengkulu.

Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung yang menyaksikan event cosplay komunitas Becosplay di Bencoolen Indah Mall, namun jumlah pastinya tidak diketahui. Oleh karena itu, sampel ditentukan menggunakan rumus Virtucio (Sugiyono, 2013) dengan standar error 10%, sehingga diperoleh 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria: pengunjung yang menonton event minimal 15 menit, pernah menyaksikan event cosplay setidaknya dua kali, dan bersedia menjadi responden. Proses di lapangan menggunakan accidental sampling, yaitu memilih siapa pun yang ditemui dan memenuhi kriteria tersebut. Teknik analisis data mencakup uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) menggunakan aplikasi SPSS. Skala Likert digunakan untuk mengubah jawaban responden menjadi data numerik sehingga dapat dianalisis secara statistik. Hasil analisis digunakan untuk mengetahui pengaruh event cosplay terhadap citra komunitas Becosplay.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 96 responden yang merupakan pengunjung Bencoolen Indah Mall Bengkulu yang menyaksikan event cosplay komunitas Becosplay Anime. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dianalisis menggunakan SPSS 26 untuk melihat bagaimana event cosplay memengaruhi citra komunitas. Hasil penelitian ini terdiri dari karakteristik responden, gambaran variabel event cosplay, citra komunitas, serta hasil uji hipotesis menggunakan regresi linear sederhana.

Profil responden menunjukkan bahwa mayoritas merupakan anak muda yang akrab dengan budaya populer Jepang. Dari sisi usia, responden didominasi oleh kelompok usia remaja akhir hingga dewasa awal yang termasuk kategori aktif dalam mengikuti tren visual dan hiburan digital. Selain itu, sebagian besar responden telah menonton event cosplay sebelumnya sehingga memiliki pengalaman yang memadai dalam memberikan penilaian pada instrumen penelitian. Responden yang hadir saat event memberikan persepsi yang berasal dari pengalaman nyata, baik itu melalui visual, suasana acara, ataupun interaksi dengan peserta dan penyelenggara.

Pada variabel Event Cosplay (X), hasil pengukuran menunjukkan bahwa dimensi Stimulus memperoleh nilai tertinggi dibandingkan dimensi lainnya. Pengunjung merasa bahwa tema acara jelas, alur kegiatan mudah dipahami, dan tampilan visual seperti kostum dan pertunjukan menarik perhatian. Banyak responden yang menilai bahwa event memberikan hiburan yang memuaskan dan memunculkan rasa penasaran terhadap aktivitas komunitas. Dimensi Response mendapatkan nilai terendah, artinya tidak semua pengunjung tergerak untuk memberikan reaksi yang mendalam terhadap acara, seperti keterlibatan lanjutan atau keinginan untuk berpartisipasi dalam kegiatan komunitas. Hal ini dapat terjadi karena sebagian penonton hadir hanya untuk menikmati tontonan tanpa komitmen untuk mengikuti kegiatan komunitas lebih jauh.

Pada variabel Citra Komunitas (Y), dimensi Kredibilitas menempati posisi tertinggi. Pengunjung menilai komunitas Becosplay memiliki kemampuan teknis dan organisatoris yang baik dalam menyelenggarakan event. Banyak responden yang memberikan penilaian positif terkait profesionalitas, kelancaran acara, dan kemampuan komunitas mengelola kegiatan publik. Reputasi komunitas dinilai stabil dan memberikan kesan baik bagi pengunjung yang baru pertama kali menyaksikan event cosplay. Namun, dimensi Emosional mencatat nilai yang paling rendah. Meskipun komunitas dipandang kompeten, tidak banyak responden yang merasakan ikatan emosional atau keterlibatan perasaan dengan komunitas. Ikatan emosional baru terbentuk jika interaksi antara komunitas dan publik lebih intens dan personal, sedangkan event di mall merupakan ruang publik terbuka yang menghasilkan hubungan yang lebih bersifat umum.

Pengujian hipotesis menggunakan regresi linear sederhana menunjukkan bahwa event cosplay memberikan pengaruh signifikan terhadap citra komunitas Becosplay Anime. Nilai signifikansi uji t sebesar  $0,000 < 0,05$  membuktikan bahwa variabel event cosplay benar-benar memengaruhi bagaimana pengunjung menilai komunitas. Dengan demikian, hipotesis penelitian ( $H_a$ ) diterima. Teknik analisis juga menunjukkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang menandakan besarnya kontribusi event terhadap perubahan persepsi publik. Angka  $R^2$  ini menunjukkan bahwa event cosplay memiliki peranan berarti dalam membentuk citra komunitas, meskipun tetap ada faktor-faktor eksternal lain yang tidak diukur

dalam penelitian ini, seperti aktivitas komunitas di media sosial, reputasi sebelumnya, atau interaksi antaranggota di luar acara.

Berdasarkan data penelitian, event cosplay terbukti mampu memberikan pengaruh yang kuat terhadap penilaian pengunjung mengenai profesionalitas, kredibilitas, dan reputasi komunitas Becosplay. Meski demikian, aspek emosional dan kedekatan personal masih memerlukan penguatan melalui strategi interaksi yang lebih intensif antara komunitas dan pengunjung, misalnya melalui sesi diskusi, workshop, atau kegiatan partisipatif yang melibatkan publik. Penilaian pengunjung menunjukkan bahwa kekuatan komunitas terletak pada kemampuan mereka menciptakan pertunjukan visual dan pengalaman yang menarik; namun penguatan hubungan sosial dan kedekatan afektif dapat menjadi fokus pengembangan pada kegiatan berikutnya. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kualitas event sangat menentukan pembentukan citra komunitas, terutama pada aspek kepercayaan dan penilaian umum pengunjung terhadap eksistensi dan profesionalisme komunitas Becosplay.

## Pembahasan

Pembahasan penelitian ini difokuskan pada bagaimana event cosplay yang diselenggarakan oleh Komunitas Becosplay Anime di Bencoolen Indah Mall mampu membentuk citra komunitas di mata pengunjung melalui mekanisme stimulus, pengalaman audiens, dan respons yang muncul. Temuan penelitian menunjukkan bahwa event berpengaruh signifikan terhadap citra komunitas, dan bagian ini menguraikan alasan teoritis dan empiris yang menjelaskan hubungan tersebut.

Pertama, tingginya nilai pada dimensi Stimulus mengindikasikan bahwa elemen utama dalam event—seperti tema yang jelas, tampilan visual kostum, alur kegiatan, serta suasana acara—berperan kuat sebagai rangsangan awal yang memengaruhi persepsi pengunjung. Hal ini sejalan dengan teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R), di mana stimulus yang menarik dan relevan akan lebih mudah diproses oleh organisme (pengunjung) sehingga menghasilkan respons positif. Dalam konteks ini, performa cosplayer, estetika kostum, dan keramaian acara menjadi stimulus visual dan emosional yang menarik perhatian pengunjung sejak awal. Kekuatan stimulus ini kemudian membentuk persepsi bahwa komunitas penyelenggara memiliki kreativitas dan kemampuan untuk menyajikan hiburan berkualitas.

Kedua, rendahnya skor pada dimensi Response menunjukkan bahwa meskipun event berhasil menarik perhatian dan memberikan hiburan, tidak semua stimulus mampu menumbuhkan keterlibatan mendalam dari pengunjung. Hal ini menggambarkan bahwa peran event lebih dominan sebagai hiburan visual dibanding pembentuk ikatan psikologis langsung. Dalam kerangka S-O-R, respons lemah dapat terjadi ketika stimulus kuat namun tidak didukung rangsangan interpersonal, seperti interaksi langsung antara penyelenggara dengan audiens. Event di ruang publik seperti mall umumnya menghasilkan hubungan satu arah: pengunjung datang untuk menonton, bukan berpartisipasi. Temuan ini sekaligus menjelaskan mengapa respons emosional tidak terlalu tinggi, meskipun penilaian terhadap kualitas event cukup baik.

Ketiga, dari sisi citra komunitas, tingginya dimensi Kredibilitas menegaskan bahwa pengunjung menilai komunitas Becosplay sebagai komunitas yang mampu menyelenggarakan kegiatan secara profesional. Penilaian ini sesuai dengan teori Corporate Image, di mana kredibilitas menjadi salah satu unsur inti pembentuk citra organisasi. Pengunjung yang melihat event berlangsung teratur, terkonsep, dan menarik akan lebih percaya bahwa komunitas memiliki kemampuan organisasi yang baik. Kredibilitas ini juga dapat menjadi modal sosial yang penting untuk mempertahankan dukungan dari publik dan memfasilitasi keberlanjutan event-event berikutnya.

Sementara itu, dimensi Emosional berada pada peringkat terendah. Meskipun pengunjung memandang komunitas sebagai kredibel, ikatan emosional tetap relatif lemah. Hal ini logis mengingat citra emosional membutuhkan keterlibatan yang konsisten, hubungan interpersonal, dan pengalaman yang lebih personal. Event publik yang bersifat tontonan tidak selalu mampu menciptakan kelekatan emosional yang mendalam karena interaksi yang terjadi bersifat singkat dan tidak intensif. Temuan ini selaras dengan konsep citra menurut Kotler dan Keller bahwa citra tidak hanya dibentuk oleh penampilan visual atau performa, tetapi juga oleh pengalaman emosional yang lebih dekat dengan organisasi.

Keempat, hasil regresi yang menunjukkan pengaruh signifikan antara event cosplay dan citra komunitas membuktikan bahwa event berfungsi sebagai alat komunikasi strategis yang efektif dalam membangun persepsi publik. Event menjadi ruang representasi identitas komunitas, sarana menunjukkan profesionalitas, dan media untuk memperluas jaringan pengunjung. Ketika pengunjung menyaksikan event yang menarik, teratur, dan konsisten, persepsi positif tentang komunitas akan menguat, terutama dalam aspek reputasi dan kualitas organisasi. Secara teoretis, ini mendukung pandangan Cutlip, Center

& Broom bahwa kegiatan yang dilakukan organisasi di ruang publik memiliki dampak langsung terhadap pembentukan citra.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa citra tidak hanya dipengaruhi oleh satu dimensi, tetapi merupakan hasil kombinasi dari stimulus visual, pengalaman audiens, serta persepsi terhadap kualitas organisasi. Pengunjung mungkin tidak terlibat secara emosional, tetapi tetap menilai komunitas secara positif dalam hal profesionalitas. Dengan demikian, event cosplay menjadi salah satu strategi komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan komunitas kepada publik, meskipun penguatan dimensi emosional masih menjadi pekerjaan rumah bagi komunitas.

Secara analitis, pembahasan memperlihatkan bahwa event Becosplay sudah berhasil membangun citra baik di ranah kredibilitas dan kesan umum. Namun, untuk memperkuat ikatan emosional dan meningkatkan respons pengunjung, komunitas perlu menambah aktivitas interaktif seperti workshop, meet & greet, atau sesi foto bersama yang lebih terstruktur. Langkah ini dapat meningkatkan keterlibatan afektif pengunjung dan memperkaya nilai pengalaman dalam event berikutnya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian mengenai pengaruh event cosplay terhadap citra Komunitas Becosplay Anime pada pengunjung Bencoolen Indah Mall Bengkulu menghasilkan beberapa temuan penting. Pertama, event cosplay terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan citra komunitas. Hal ini ditunjukkan melalui nilai signifikansi uji statistik yang menunjukkan hubungan kuat antara kualitas penyelenggaraan event dan persepsi positif pengunjung. Elemen event seperti visualisasi kostum, suasana acara, serta kejelasan tema mampu menjadi stimulus efektif yang menciptakan kesan positif bagi audiens. Stimulus yang kuat ini kemudian memengaruhi proses persepsi pengunjung serta melahirkan penilaian yang lebih baik terhadap komunitas. Kedua, dimensi stimulus pada variabel event memperoleh nilai tertinggi, menunjukkan bahwa aspek visual dan penyajian acara merupakan faktor yang paling memengaruhi pengunjung. Sementara itu, pada variabel citra komunitas, dimensi kredibilitas menjadi indikator yang paling kuat. Ini berarti pengunjung memandang komunitas sebagai kelompok yang mampu menyelenggarakan kegiatan secara profesional dan konsisten. Namun, dimensi emosional yang paling rendah menunjukkan bahwa meskipun pengunjung memberikan penilaian positif terhadap event dan profesionalitas komunitas, hubungan emosional atau kelekatan afektif belum terbentuk secara optimal.

Ketiga, peran event sebagai media komunikasi publik terbukti efektif dalam memperkenalkan identitas komunitas kepada masyarakat. Event mampu meningkatkan eksistensi komunitas dan memperluas pemahaman publik mengenai aktivitas cosplay. Walaupun demikian, ikatan psikologis dan kedekatan personal antara komunitas dan pengunjung masih tergolong rendah sehingga memerlukan penguatan melalui strategi komunikasi interpersonal dan interaksi langsung. Secara ringkas, event cosplay tidak hanya berfungsi sebagai hiburan tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis yang mampu membangun reputasi, kredibilitas, dan citra positif komunitas Becosplay Anime di mata publik.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat membantu komunitas Becosplay dalam meningkatkan kualitas event dan memperkuat citra komunitas di masa mendatang:

#### 1. Meningkatkan Interaksi dengan Pengunjung

Komunitas perlu menciptakan ruang interaksi yang lebih intensif, seperti sesi diskusi singkat, lomba interaktif, atau meet & greet yang memungkinkan pengunjung terlibat langsung dengan anggota komunitas. Interaksi ini dapat memperkuat kedekatan emosional yang sebelumnya mendapat nilai rendah.

#### 2. Memperkuat Aktivitas Partisipatif

Agar pengunjung tidak hanya menjadi penonton pasif, komunitas dapat menambahkan kegiatan seperti workshop membuat kostum, tutorial make-up karakter, atau sesi foto bertema. Kegiatan partisipatif akan meningkatkan respons pengunjung dan menumbuhkan sense of belonging terhadap komunitas.

#### 3. Konsistensi Penyelenggaraan Event

Karena kredibilitas mendapat nilai tertinggi, komunitas perlu mempertahankan profesionalisme dan konsistensi dalam mengadakan event. Event yang rutin dan terkonsep baik akan memperkuat reputasi komunitas di mata publik.

4. Memperluas Publikasi Media Sosial  
Strategi publikasi yang lebih intens melalui Instagram, TikTok, dan platform visual lainnya dapat membantu meningkatkan exposure komunitas. Konten yang kreatif dan informatif akan memperluas jangkauan audiens serta mendukung penyebaran citra positif.
5. Membangun Kemitraan dengan Pihak Eksternal  
Komunitas dapat bekerja sama dengan mall, sponsor lokal, sekolah, atau komunitas lainnya untuk memperbesar skala kegiatan dan meningkatkan kualitas event. Kolaborasi ini berpotensi menciptakan dukungan publik yang lebih luas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Any Noor. (2009). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Balza, A., & Kartika, R. (2005). *Pengolahan Citra Digital*. Jakarta: Andi Offset.
- Bertutu, F. (2022). *Analisa Dampak Culture Event terhadap Citra Destinasi Wisata Kota Tangerang sebagai City of Events*. Universitas Pasundan.
- Bungin, B. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cheung, W.-S., Rahman, K., & Wing-Sun. (2012). *Cosplay, Identity and Asian Popular Culture*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2012). *Effective Public Relations*. New Jersey: Pearson.
- Dowling, G. (1986). *Managing Corporate Images*. *California Management Review*, 18(2), 110–119.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Fombrun, C. J., & Van Riel, C. B. M. (2004). *Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations*. New Jersey: Financial Times Prentice Hall.
- Getz, D. (2008). *Event Tourism: Definition, Evolution and Research*. *Tourism Management*, 29, 403–428.
- Hoyle, L. (2002). *Event Marketing*. New York: John Wiley & Sons.
- Irawan, S. (2008). *Kuesioner dalam Penelitian*. Jakarta: Prenada Media.
- Kartono, K. (1996). *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju.
- Kennedy, S. (1977). *Nurturing Corporate Images*. *European Journal of Marketing*, 11(3), 120–164.
- Kennedy, R. (2009). *Event Management and Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson.
- Kurniawan, B. (2020). *Event sebagai Media Komunikasi Publik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Masri Singarimbun, & Effendi, S. (2011). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- McMillan, D., & Chavis, D. (1986). *Sense of Community: A Definition and Theory*. *Journal of Community Psychology*, 14, 6–23.
- Murni, M. (1992). *Pengantar Sistem Citra*. Bandung: ITB Press.
- Muzdaliva, N., et al. (2021). *Stigma Sosial terhadap Cosplayer di Malang*. Universitas Negeri Malang.
- Noor, A. (2009). *Manajemen Event*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rahman, K. (2019). *Cosplay and Youth Identity in Southeast Asia*. Kuala Lumpur: Routledge.
- Rahman, K., Wing-Sun, C., & Cheung, A. (2012). *Cosplay and Identity Formation*. *Asian Culture Studies Journal*, 12(1), 45–60.
- Singarimbun, M. (1999). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugimoto, Y. (2003). *An Introduction to Japanese Society*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wasesa, S. A. (2005). *Strategi Public Relations*. Jakarta: Gramedia.
- Widiatmoko, A. (2013). *Cosplay dalam Perspektif Seni Pertunjukan*. Yogyakarta: Pustaka Humaniora.
- Winge, T. (2006). *Costuming the Imagination: Origins of Cosplay*. *Mechademia*, 1(1), 65–76.
- Yamamoto, M. (2015). *Community Building in Japanese Pop Culture Fandom*. *Journal of Cultural Studies*, 9(3), 144–160.